

**KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN CABANG (DPC) PARTAI PERSATUAN  
INDONESIA (PERINDO) DALAM MEREKRUT PENGURUS DI KECAMATAN  
KUANTAN MUDIK KABUPATEN Kuantan SINGINGI**

**By:**  
**Sikza Linda Sari**  
**(Sikzalindasari@yahoo.co.id)**  
**Counselor : Dr .Suyanto, S.Sos, M.Sc**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau  
Kampus Bina Widya Jl.H.R. Subrantas Km.12,5 Simp.Baru Pekanbaru 28293  
Telp/Fax 0761-63277

***Abstract***

*A crisis of public confidence in the political parties become an obstacle for the political parties to attract the public, especially for the new party. PERINDO party comes as a new party in the political world. As a new party must be good at recruiting party administrators so as to strengthen the party's internal structure and simplify the process of verifying the electoral process to come. Targeted recruitment of officials in Indonesian to 1.5 million people board. For this study aims to find out how political communication strategies branch executive council (DPC) PERINDO party in recruiting administrators in District Kuantan Mudik, regency kuantan Singingi and to find out how political persuasion branch executive council (DPC) PERINDO party in recruiting board.*

*This research method is a qualitative method using the theory of Lasswell. The informant of this study consisted of 5 people branch executive council (DPC) PERINDO party the district Kuantan Mudik and 5 Management Branch (village). The technique of collecting data using interviews, observation and documentation. For the data analysis, refer to the interactive model Huberman and Miles. For checking the validity of the data using the extension of participation and triangulation techniques.*

*The results of this study indicate that political communication strategies used by branch executive council (DPC) includes five elements namely political communicator of political communication, political messages, media, politics, goals or targets and the effect of a communication made by branch executive council (DPC) District of Kuantan Mudik PERINDO party. Political persuasion made in recruiting board that is through advertising, rhetoric and social activities. With the communication strategy undertaken by the branch executive council (DPC) PERINDO party, With the communication strategy undertaken by the branch executive council (DPC) PERINDO party, the branch executive council (DPC) Kuantan Mudik PERINDO party managed to recruit administrators twigs in accordance with the target that has been set.*

***Keyword : Political Parties, Political Communication Strategies, Political Persuasion***

## PENDAHULUAN

Dinamika politik modern senantiasa menuntut proses demokrasi diterapkan dalam segala bidang. Dalam praktiknya, proses memperoleh kekuasaan yang menjadi ciri dominan di era demokrasi pun membutuhkan banyak faktor. Tidak semata – mata kemampuan personal atau kapasitas organisasional dari pelaku politik, tetapi juga sangat ditentukan oleh dukungan dan jaringan dari pihak lain. Terlebih saat ini hampir seluruh Negara dunia, fragmentasi kekuatan politik lebih tersebar dan terhubung dengan banyak pihak, baik di dalam maupun di luar Negeri. Kontentasi antar kekuatan politik menjadi kian tajam, seiring dengan eksplorasi dan eksploitasi berbagai sumber daya politik masing – masing pihak. Artinya, lingkungan politik menjadi makin kompetitif dan harus ditangani secara terorganisir dan sistemik.

Partai politik hadir ditengah – tengah masyarakat bertujuan untuk mencari dan mempertahankan kekuasaan guna mewujudkan program – program yang disusun berdasarkan ideology tertentu. Cara yang digunakan oleh suatu partai politik dalam sistem demokrasi untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan ialah ikut serta dalam pemilihan umum (Subakti, Ramlan, 2007:149). Partai politik agar memperoleh eksistensi dalam sistem politik, partai harus bersaing dalam pemilihan umum untuk memperoleh suara dari masyarakat dan mendapatkan kursi diparlemen.

Tantangan bagi partai politik, khususnya partai politik baru semakin tidak ringan. Partai harus mampu memulihkan kembali kepercayaan masyarakat yang merosot terhadap partai politik. Partai juga harus mampu memenuhi persyaratan dan regulasi kepesertaan yang semakin ketat. Selain itu partai harus mampu menyiapkan sumber daya manusia yang unggul, kompeten dan mampu menyiapkan

dukungan logistik serta infrastruktur partai yang memadai.

Rekrutmen politik atau representasi politik memegang peranan penting dalam sistem politik suatu negara. Karena proses ini menentukan orang-orang yang akan menjalankan fungsi-fungsi sistem politik negara itu melalui lembaga-lembaga yang ada. Oleh karena itu, tercapai tidaknya tujuan suatu sistem politik yang baik tergantung pada kualitas rekrutmen politik. Kehadiran suatu partai politik dapat dilihat dari kemampuan partai tersebut melaksanakan fungsinya. Salah satu fungsi yang terpenting yang dimiliki partai politik adalah fungsi rekrutmen politik. Keberhasilan dalam merekrut tidak terlepas dari komunikasi politik yang dilakukan.

Partai Persatuan Indonesia (PERINDO) merupakan perpaduan antara partai massa dan partai kader, dengan komitmen menjunjung tinggi pengelolaan partai secara professional, memelihara persatuan dan nilai – nilai luhur budaya, berbasis pada kekuatan rakyat dan berorientasi pada kesejahteraan rakyat. Hadirnya partai ini bertujuan untuk membawa perubahan bagi Negara Indonesia. Meski baru berumur 2 Tahun, namun partai ini dianggap sebagai salah satu partai baru yang mempunyai tolak ukur luar biasa. Perkembangan partai Perindo sangat luar biasa dan berbeda dengan partai sebelumnya. Hasil survey menyebutkan bahwa partai Perindo sudah masuk lima besar. (<http://partaiperindo.com/?p=8832>, 11 Oktober 2016, jam 20.00 WIB).

Kuantan Singingi secara Administratif merupakan Kabupaten yang ada di Provinsi Riau yang saat memfokuskan pada perekrutan pengurus guna untuk memperkuat struktur dan infraskruktur partai sampai ke tingkat terbawah agar bisa lolos menjadi peserta dalam pemilihan umum yang akan datang.

Kuantan Singingi memiliki sebanyak 15 Kecamatan. Pada saat ini fokus perekrutan partai PERINDO Kuantan Singingi yaitu perekrutan tingkat Ranting atau Desa.

Target perekrutan masing – masing Kecamatan yakni sebanyak 5 orang/Desa. Alasan peneliti memilih Kuantan Mudik sebagai tempat penelitian karena Kecamatan Kuantan Mudik memiliki Desa terbanyak di bandingkan Kecamatan lainnya. Selain itu adanya penolakan – penolakan dari masyarakat untuk ikut bergabung menjadi pengurus partai PERINDO. penolakan ini terjadi rendahnya tingkat kepercayaan

masyarakat terhadap partai politik, karena janji – janji pada saat kampanye tidak sesuai dengan kenyataannya. Krisisnya sistem ekonomi juga membuat masyarakat tidak ingin bergabung dalam partai politik. Rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat terhadap partai politik juga merupakan kendala dalam melakukan perekrutan. Selain itu, Dewan Pimpinan Pusat (DPP) yang memiliki Agama Non-Islam merupakan kendala terbesar bagi partai ini untuk merekrut pengurus, karena mayoritas masyarakat Kuantan Singingi beragama Islam.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Strategi Komunikasi Strategi Komunikasi**

Strategi merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para ahli perencanaan. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani Klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada tiga prinsip yang harus diperhatikan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”.

Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Menurut Steiner dan Miner (Effendy, 2002 : 28) menyatakan strategi mengacu pada formulasi misi, tujuan dan objektif dasar organisasi, strategi – strategi program dan kebijakan untuk mencapainya,

dan metode yang diperlukan untuk memastikan bahwa strategi diimplementasikan untuk mencapai tujuan organisasi. Adapun yang dimaksud dengan strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*) yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen (Rosidy, 2005 : 123).

Berikut adalah beberapa pendapat menurut para ahli mengenai strategi yaitu, menurut (Rangkuti, 2009 : 3), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamanya adalah agar partai politik dapat melihat secara objektif kondisi – kondisi internal dan eksternal, sehingga partai politik dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Jadi, perencanaan strategi penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dalam partai politik.

Menurut Mintzberg (2007), konsepstrategi itu sekarang – kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu:

- 1 Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan – tujuan jangka panjangnya.
- 2 Acuan yang berkenaan dalam penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi

perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.

- 3 Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.
- 4 Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya.
- 5 Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.

Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip – prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Rogers 1982 (dalam Cangara 2014) menjelaskan bahwa strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide – ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton 1980 (dalam Cangara 2014) membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang direncanakan untuk mencapai tujuan yang optimal.

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi teori yang memadai baiknya untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh *Horald D.Lasswell* yaitu cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*Who Say What In Which Channel to Whom With What Effect?*”

komponen komunikasi yang berkorelasi secara fungsional pada paradigma *Lasswell* itu merupakan jawaban pertanyaan yang diajukan.

- Who : Siapa  
: Komunikator
- Says What : Mengatakan  
apa: Pesan
- In Which Channel : Melalui  
saluran apa : Media
- To Whom : Kepada  
Siapa : Komunikasikan
- With What Effect : Dengan efek  
apa: Efek

### Komunikasi Politik

Secara sederhana, komunikasi politik merupakan proses yang pesan – pesan di dalamnya tertuang pesan politik yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintah. Secara etimologis komunikasi politik berasal dari dua kata, yakni “komunikasi” dan “politik”. Dalam sistem politik, komunikasi berfungsi menjembatani antara situasi kehidupan politik yang ada pada suprastruktur politik dan infrastruktur politik. Harsono Suwardi mengemukakan komunikasi politik sebagai suatu aktifitas komunikasi yang membawa konsekuensi politik, baik yang aktual maupun yang potensial di dalam suatu sistem yang ada (dalam Susanto, 2009 : 4).

Komunikasi politik (*political communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan – pesan politik dan aktor – aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah”. Selain itu komunikasi politik juga merupakan suatu proses pengorganisasian lambang atau simbol

komunikasi yang berisi pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik (Nimmo, 2004 :120).

Dahlan (1999) dalam Cangara (2011 : 28-29) menyatakan pendapatnya mengenai definisi komunikasi politik yang merupakan suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Kegiatan komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensinya (*actual* maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia dalam kondisi konflik. Cakupan : komunikator (politisi, profesional, aktivis), pesan, persuasi, media, khalayak dan akibat.

Dengan demikian penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi politik adalah suatu proses untuk menyampaikan pesan – pesan politik kepada masyarakat secara langsung ataupun melalui media untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

### **Unsur – unsur Komunikasi Politik**

Seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, maka komunikasi politik sebagai *body of knowledge* juga terdiri atas berbagai unsur, yakni sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, penerima dan efek (Nimmo : 1978, Mansfield dan Weaver : 1982, Dahlan : 1990 dalam Cangara : 2011).

#### **a. Komunikator politik**

Komunikator politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan lembaga pemerintahan legislative dan eksekutif. Dengan demikian, sumber atau komunikator politik adalah mereka – mereka yang dapat memberi informasi tentang hal – hal yang mengandung makna atau bobot politik, misalnya Presiden, Menteri anggota

DPR, MPR, KPU, Gubernur, Bupati/Walikota, DPRD, politisi, fungsional partai politik, fungsional Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan kelompok – kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa mempengaruhi jalannya pemerintahan.

#### **b. Pesan Politik**

Pesan politik adalah pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang – terangan, baik yang disadari maupun yang tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya pidato, undang – undang kepartaian, undang – undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita surat kabar, radio, televisi dan lain – lain.

#### **c. Saluran atau Media Politik**

Saluran atau media politik adalah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan – pesan politiknya. Seperti, media cetak, media elektronik, media format kecil, media luar ruangan, dan lain sebagainya. Memasang iklan – iklan partai politik pada televisi merupakan salah satu cara untuk merekrut pengurus dalam partai politik.

#### **d. Sasaran atau Target Politik**

Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberitaan suara (*vote*) kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum. Masyarakat adalah orang yang menjadi target bagi partai politik.

#### **e. Pengaruh atau Efek Komunikasi politik**

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai – partai politik, dimana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara (*vote*) dalam pemilihan umum.

### **Persuasi Politik**

Menurut Dan Nimmo ( 2005 : 90), persuasi adalah pembicaraan pengaruh yang



bercirikan kemungkinan, diidentifikasi melalui sering memberi dan menerima diantara pihak – pihak yang terlibat. Persuasi adalah suatu pembicaraan politik yang dengan sadar atau tidak sadar orang – orang yang terlibat dalam politik mencoba untuk mengubah persepsi, pikiran, perasaan dan pengharapan lawan bicaranya.

McGuire (1968 : 90) dalam Nimmo (2005 : 88) telah mengembangkan teori tentang bagaimana orang menginterpretasikan imbauan persuasif. Agar persuasi terjadi, McGuire percaya bahwa harus ada enam langkah berurutan untuk memproses informasi persuasif, ke enam langkah tersebut adalah :

- 1 Penyajian, dimana harus ada imbauan persuasif terlebih dahulu yang disajikan melalui beragam saluran komunikasi.
- 2 Perhatian, harus ada orang yang memperhatikan imbauan persuasive tersebut sehingga menciptakan keterlibatan aktif masyarakat.
- 3 Pemahaman, memerlukan lebih banyak lagi tindakan dari masyarakat persuasif. Pemahaman berarti mengerti argumentasi dan kesimpulan pesan.
- 4 Penerimaan, tahap dimana masyarakat menganggap bahwa imbauan persuasif tersebut relevan dengan keadaan dirinya.
- 5 Retensi, menunjukkan bahwa seseorang tetap pada pandangan yang baru diperolehnya dalam jangka waktu yang lama, bukan hanya menyatakan persetujuan dan keudian melupakan seluruh pandangan itu.
- 6 Tanggapan ketaatan, tindakan yang sesuai dengan imbauan persuasive, merupakan hasil praktis dari kegiatan ini.

Ada tiga cara pandang mengenai persuasi politik ( Nimmo 2005 : 42) yaitu, propaganda, periklanan, dan retorika. Ketiganya serupa dalam hal : semuanya memiliki tujuan (*purposive*), disengaja (*intentional*), dan melibatkan pengaruh, sehingga menghasilkan berbagai tingkat perubahan dalam persepsi kepercayaan, nilai dan pengharapan pribadi.

Namun ada cara – cara yang berbeda dalam pendekatan ini. Pertama, ada perbedaan antara tekanan satu-kepada-banyak dan dua arah dalam merumuskan pesan – pesan. Kedua, ada perbedaan dalam orientasi pendekatan, yaitu apa diarahkan kepada perorangan atau kelompok. Ketiga, semua pendekatan tersebut mengesankan pandangan yang berbeda tentang apa yang memungkinkan terbentuknya keterlibatan masyarakat. Keempat, masing – masing menggunakan fokus yang berbeda dalam merumuskan kampanye persuasi.

### **1. Persuasi Politik Sebagai Propaganda**

Menurut Jacques (1965 : 105) dalam (Nimmo 2005 :65 ), propaganda didefinisikan sebagai komunikasi yang digunakan oleh satu kelompok terorganisasi yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan – tindakan suatu massa yang terdiri atas individu-individu, dipersatukan secara psikologi melalui manipulasi psikologis dan digabungkan dalam suatu organisasi. Definisi dari Ellul tersebut menghasilkan ciri – ciri utama dari propaganda yaitu :

- 1 Komunikasi satu-kepada-banyak.
- 2 Berorientasi kepada orang – orang yang mengidentifikansi dirinya sebagai anggota kelompok.
- 3 Sebagai mekanisme kontrol sosial yang dengan menggunakan persuasi untuk mencapai keterlibatan dalam masyarakat.

## **2. Persuasi Politik Sebagai Periklanan**

Nimmo (2005 : 48), berpendapat bahwa seperti propaganda, periklanan missal adalah komunikasi satu-kepada-banyak, akan tetapi terdapat perbedaan yang jelas mengenai keduanya. Propaganda ditujukan kepada orang – orang sebagai anggota kelompok, sedangkan periklanan mendekati orang – orang sebagai individu - individu tunggal, independen, terpisah dari kelompok apapun atau anonym. Hubungan antara iklan dan pembeli adalah hubungan langsung, tidak ada organisasi atau kepemimpinan yang seakan – akan dapat mengirimkan kelompok pembeli itu kepada penjual. Setiap individu bertindak atas pilihannya sendiri. Periklanan mengandalkan keselektifan konvergen dalam menciptakan keterlibatan masyarakat.

## **3. Persuasi Politik Sebagai Retorika**

Menurut pemikiran Nimmo ( 2005 : 780, retorika politik berbeda dengan propaganda dan periklanan dalam hal – hal yang penting. Retorika adalah komunikasi dua arah, satu-kepada-satu bukan satu-kepada-banyak, retorika bekerja melalui hubungan interpersonal yang interen, yang menghubungkan orang – orang bukan sebagai bentuk anggota kelompok (propaganda) atau individu – individu yang anonym (periklanan). Retorika politik adalah suatu proses yang memungkinkan terbentuknya keterlibatan masyarakat melalui negosiasi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian mengarah pada pendekatan deskriptif, yaitu memberikan gambaran situasi serta menganalisis data – data berdasarkan survey lapangan. Untuk mendapatkan kesimpulan yang objektif, penelitian kualitatif

mendalami dan menerobos gejalanya dengan menginterpretasikan masalah atau mengumpulkan kombinasi dari berbagai permasalahan sebagaimana disajikan situasinya.

Bodgan dan Taylor (dalam Ruslan, 2004:213) mengatakan bahwa pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dan suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam konteks *setting* tertentu yang dikaji dan sudut pandang yang utuh, komprehensif dan *holistic*.

Subjek penelitian adalah manusia sebagai instrument pendukung dari penelitian yang akan dilakukan, berdasarkan dengan fokus penelusuran data dan bukti – bukti, fakta, dapat berupa data wawancara, reaksi, dan tanggapan atau keterangan (Moleong, 2005 : 158). Subjek penelitian dengan istilah informan adalah dari yang bersangkutan penulis akan memperoleh informasi mengenai hal – hal yang bersangkutan dengan topic penelitian (Kuswaya, 2001 : 43). Penulis menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu memilih informan melalui seleksi berdasarkan kriteria – kriteria tertentu, dengan menentukan Ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Kabupaten Kuantan Singingi kunci informasi awal (*key informan*). Pada penelitian ini informannya adalah orang – orang yang menangani komunikasi politik dan program partai yaitu ketua DPC Perindo, Sekretaris, Wakil Sekretaris, Bendahara, dan Wakil Bendahara serta 5 orang pengurus ranting.

Objek penelitian merupakan hal yang diteliti dalam sebuah penelitian. Objek penelitian adalah segala sesuatu permasalahan yang dianggap penting berdasarkan penilaian atau kriteria tertentu dan memiliki informasi yang dibutuhkan dalam penelitian (Alwasilah, 2003 : 115). Dalam penelitian ini yang menjadi objek

penelitian adalah komunikasi politik Dewan Pimpinan Cabang (DPC) partai Persatuan Indonesia dalam merekrut pengurus di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Dalam Merekrut Pengurus Di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.**

#### **1. Komunikator Politik**

Sumber atau komunikator politik adalah mereka – mereka yang dapat memberi informasi tentang hal – hal yang mengandung makna tahu bobot politik. Komunikator memiliki peranan penting dalam proses komunikasi. Komunikator politik haruslah orang – orang yang mengetahui seluk-beluk dan mengerti akan perkembangan politik agar pesan yang disampaikan memberi pengaruh yang baik kepada masyarakat. Di dalam proses perekrutan pengurus partai PERINDO Kecamatan Kuantan Mudik yang berperan sebagai komunikator atau sumber yakni Ketua DPC yang dibantu oleh wakil ketua, sekretaris, bendahara dan wakil bendahara. Selain seluruh pengurus DPC sebagai pelaku komunikator politiknya. Pemanfaatan sosok Hary Tanoesoedibjo sebagai ketua umum partai PERINDO yang merupakan pengusaha sukses pemilik MNC Group.

#### **2. Pesan Politik**

Pesan politik adalah pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis dan tidak tertulis, baik secara verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang – terangan, baik yang disadari maupun yang tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Pesan politik memiliki pengaruh besar dalam proses komunikasi

politik. Dengan adanya pesan – pesan yang disampaikan tentu masyarakat mengetahui apa, bagaimana visi misi dan program – program partai politik sehingga pesan tersebut dapat mempengaruhi masyarakat untuk bergabung ke dalam partai politik. Salah satu pesan politik yang disampaikan oleh DPC yakni berupa visi dan misi, program – program, dan keunggulan – keunggulan partai PERINDO. Selain itu pesan yang disampaikan juga berbentuk slogan partai. Program – program yang ditawarkan berupa memberikan bantuan berupa pembibitan ikan, pengobatan gratis, dan memberikan modal untuk membuka usaha.

#### **3. Saluran atau Media Politik**

Saluran atau media politik adalah alat atau sarana yang mempermudah komunikator dalam penyampaian pesan. Pemilihan saluran atau media bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan digunakan. Alat komunikasi politik tidak hanya berbicara sebatas media teknis, teknik dan sarana untuk saling bertukar lambang, namun manusia pun sesungguhnya bisa dijadikan sebagai saluran komunikasi. Adapun saluran atau media yang digunakan oleh DPC partai PERINDO dalam merekrut pengurus di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi yakni sebagai berikut :

- **Media Tatap Muka**

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikannya. Komunikasi langsung merupakan komunikasi politik dari hubungan antara satu kepada satu atau satu kepada banyak. Komunikasi langsung yang dilakukan oleh DPC partai PERINDO Kuantan Mudik



yakni dengan langsung bertatap muka dengan masyarakat yang akan direkrut menjadi pengurus. Berkomunikasi langsung dengan bertatap muka dengan masyarakat merupakan saluran atau media komunikasi politik yang sangat efektif dalam proses perekrutan pengurus di Kecamatan Kuantan Mudik.

- **Media Massa**

Pemanfaatan media massa berupa televisi merupakan salah satu strategi komunikasi dari partai PERINDO dalam memperkenalkan partai kepada masyarakat luas. Dengan adanya televisi mempermudah DPC dalam merekrut pengurus di Kecamatan Kuantan Mudik. Dalam menyampaikan pesan – pesan politik kepada masyarakat partai PERINDO menggunakan serangan udara yakni media massa berupa televisi. Televisi merupakan media yang sangat diandalkan oleh partai PERINDO dalam memperkenalkan dan mensosialisasikan partai agar dikenal seluruh masyarakat.

- **Media Sosial**

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Internet memungkinkan hampir semua orang dibelahan dunia

manapun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Fitur – fitur internet yang canggih membuat pengguna internet dapat bertukar pesan dengan orang lain walapundari jarak jauh. Diantaranya fitur internet yang paling populer yaitu *e-mail dan word wide web (www)*. Fitur *world wide web* sendiri adalah sebuah situs yang sangat luas yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program *browser* dan dengan menyambungkan computer pada internet.

Di era tekbologi internet yang terus meningkat akhir – akhir ini membuat banyak pengguna telah memanfaatkan beberapa fitur salah satunya media sosial. Dengan adanya internet, tentunya hal ini dimanfaatkan oleh partai PERINDO sebagai salah satu strategi komunikasi dalam memperkenalkan dan mensosialisasikan partainya. Internet adalah salah satu media penyampaian pesan kepada komunikan. salah satu media sosial yang digunakan oleh DPC partai PERINDO yakni *facebook*.

#### **4. Sasaran atau target**

Komunikan atau sasaran atau target politik adalah anggota masyarakat dalam bentuk individual, kelompok atau lembaga yang menjadi sasaran penyampaian pesan – pesan politik. sasaran atau target dari DPC partai PERINDO yakni masyarakat yang berada di Kecamatan Kuantan Mudik. Secara umum syarat menjadi pengurus

yakni orang – orang yang merupakan warga Negara Indonesia dan berumur 17 tahun ke atas. Dalam menentukan sasaran komunikasi DPC partai PERINDO Kuantan Mudik melakukan rapat terlebih dahulu guna menghindari hal – hal yang tidak diinginkan. Selain itu tujuan dari rapat ini menyusun strategi atau taktik dalam menghadapi sasaran komunikasi sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

## **5. Efek atau Akibat**

Efek atau akibat dalam strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Dewan Pimpinan cabang (DPC) partai PERINDO dalam merekrut pengurus dapat berupa simpati dan partisipan, akan tetapi bisa pula berwujud sinisme, antipati, hingga perlawanan. Dengan demikian komunikasi politik bisa menghasilkan pembentukan dan perubahan sikap serta perilaku politik sasaran tertentu yang dihasilkan oleh komunikasi politik bergantung pada kepercayaan nilai dan pengharapan publik atas gagasan politik yang diterimanya. Efek komunikasi yang dilakukan oleh DPC partai PERINDO yakni berhasilnya merekrut pengurus sebanyak 120 orang pengurus sesuai dengan target yang ditentukan.

Salah satu tujuan dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh DPC partai PERINDO yakni mendapat pengurus ranting atau desa. Untuk itu di dalam perekrutan dibutuhkan seorang komunikator yang dapat mengajak dan membujuk masyarakat agar bergabung kedalam partai politik tersebut. Persetujuan dan penolakan merupakan efek atau akibat dari komunikasi politik tersebut.

## **Persuasi Politik Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Dalam Merekrut Pengurus Di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.**

### **1. Periklanan**

Periklanan adalah suatu usaha untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat atau konsumen dengan tujuan memasarkan atau menjual. Iklan politik merupakan salah satu alat komunikasi yang cukup sering dimanfaatkan oleh partai politik. Sebagaimana iklan – iklan yang menawarkan produk barang dan jasa, iklan politik juga menawarkan produk visi misi, rencana program, harapan dan berbagai pesan politik kepada khalayak.

Iklan banyak digunakan oleh para partai politik untuk mensosialisasikan dan memperkenalkan partai kepada masyarakat luas. Hal yang sama dilakukan oleh partai PERINDO yang merupakan partai pendatang baru di Negara Indonesia. Sebagai partai baru, partai ini berusaha untuk memperkenalkan, mempromosikan dan menarik simpati masyarakat. Menariknya ketua umum partai PERINDO ini merupakan pengusaha sukses pemilik stasiun televisi. Beberapa stasiun televisi tersebut yakni RCTI, MNC TV, dan GLOBAL TV.

Media televisi ini dimanfaatkan oleh ketua umum partai PERINDO agar partai PERINDO dikenal oleh masyarakat luas. beberapa versi iklan PERINDO yang diluncurkan sejak tahun 2015 yang lalu diantaranya, versi Indonesia sejahtera, versi orasi Hary Tanoesoebidjo, versi siapakah Indonesia, dan versi Ramadhan. Dalam beberapa iklan tersebut menggambarkan tentang keragaman Indonesia yang terdiri dari berbagai suku, bangsa, dan Agama.

### **2. Retorika**

Retorika merupakan suatu gaya atau seni berbicara baik yang diapai berdasarkan bakat alami (talenta) dan keterampilan teknis. Kesenian berbicara ini bukan hanya berarti berbicara secara lancar tanpa jalan pikiran yang jelas dan tanpa isi, melainkan suatu kemampuan untuk berbicara dan berpidato secara singkat, jelas, padat, dan

mengesankan. Dalam retorika juga dibutuhkan penguasaan medan pengenalan *audience* yang diajak berbicara dan bahasa juga menyangkut gaya tubuh yang menunjang materi pembicaraan. Kemampuan beretorika sangat diperlukan bagi komunikator politik untuk menyampaikan pesan politiknya secara persuasif sehingga komunikan tertarik dengan apa yang disampaikan oleh komunikator.

Bentuk retorika yang dilakukan oleh DPC partai PERINDO dalam merekrut pengurus di Kecamatan Kuantan Mudik yakni berupa pendekatan secara personal dengan masyarakat. Dalam pendekatan tersebut DPC memberikan gambaran dan pemahaman mengenai partai politik, yang tujuan untuk membujuk bergabung kedalam partai tersebut. Keberhasilan retorika yang dilakukan oleh DPC partai PERINDO Kuantan Mudik yakni bergabungnya masyarakat dalam kepengurusan partai tersebut. Karena tujuan dari dilakukannya retorika yakni untuk mempersuasi atau membujuk serta merayu masyarakat untuk bergabung kedalam partai tersebut.

### 3. Kegiatan Sosial

Kegiatan sosial adalah salah satu persuasi politik yang dilakukan oleh DPC partai PERINDO dalam melakukan perekrutan di Kecamatan Kuantan Mudik. Kegiatan sosial ini bertujuan untuk memperlihatkan kepedulian dari partai PERINDO terhadap masyarakat, sehingga dapat menarik simpati dari masyarakat. Salah satu kegiatan sosial yang dilakukan oleh partai PERINDO sebagai persuasi politik untuk mengajak masyarakat bergabung kedalam partai tersebut adalah dengan memberikan bantuan kepada korban banjir di daerah Kuantan Mudik, membagikan Kartu Indonesia Pintar untuk masyarakatan yang membutuhkan dan memberikan bantuan transportasi bagi

masyarakat yang sakit, dan meninggal dunia.

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyimpulkan :

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dewan Pimpinan Cabang (DPC) partai PERINDO dalam merekrut pengurus di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi meliputi 5 elemen komunikasi politik yakni komunikator politik, pesan politik, saluran atau media politik, sasaran atau target politik, dan efek (akibat) komunikasi politik. Strategi komunikasi politik politik yang dilakukan menghasilkan pengurus sebanyak 120 orang sesuai dengan target yang telah ditentukan.
2. Persuasi politik yang dilakukan oleh Dewan Pimpinan Cabang (DPC) di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten melalui tiga cara yakni Periklanan, retorika dan kegiatan sosial kemasyarakatan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Zein. 2008. *Strategi Komunikasi Politik dan Penerapannya*. Bandung: Simbiosis.
- Ardianto, Elvinaro. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Budiardjo, Meriam. 2008. *Dasar – dasar Ilmu Politik*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Bumgin, Burham. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Damsar. 2010. *Sosiologi Politik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Hassan, M. Iqbal. 2002. *Pokok –Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Ghalila Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigm Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2006. *Komunikasi Politik :Kahalayak dan Efek edisi Bahasa Indonesia*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Komunikasi politik : Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Parwito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta; LkiS.
- Subakti, Ramlan. 2010, *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian & R & D*. Bandung: Alfabeta
- Uchjana, Onong Effendy. 2007. *Ilmu Komunikasi (teori dan praktek)*. Bandung : Reamaja Rosadakarya.
- Sumber Lain
- Skripsi
- Nainggolan Harry. 2013. *Komunikasi Politik Partai Nasional Demokrat (Nasdem) Dalam Pembentukan Citra Menjelang Pemilu Legislatif 2014 di Provinsi Riau*. Universitas Riau
- Yuliandar Nike. 2015. *Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Kota Pekanbaru dalam Meraih Simpati Konstituen Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014*. Universitas Riau
- Internet
- <http://partaiperindo.com/?p=8832>, 11  
Oktober 2016, jam 20.00 WIB
- [Www.Kuansing.co.id](http://www.kuansing.co.id), 25 September 2016,  
jam 20.00 WIB